



**Sondage *EnovResearch* – Entretiens de Valpré**

# **LES FRANÇAIS FACE AU POUVOIR**

**7<sup>e</sup> ENTRETIENS DE VALPRE 2008**

**« Le Pouvoir : qui décide ? »**

**Lundi 29 septembre 2008**

**Valpré - Lyon**

**[www.entretiensdevalpre.org](http://www.entretiensdevalpre.org)**

**Résultats de l'enquête  
réalisée par l'Institut *EnovResearch*  
pour les Entretiens de Valpré 2008  
auprès d'un panel représentatif d'un millier de Français**

*Cette enquête a pour objectif d'apporter un éclairage sur les relations qu'entretiennent les Français avec le Pouvoir, d'apporter un regard sur la manière dont ils appréhendent cette notion, leur perception de l'équilibre des pouvoirs, tant dans la vie publique qu'au sein des entreprises.*

## **Une défiance importante des Français vis-à-vis du Pouvoir**

- On observe que la notion de Pouvoir suscite des réactions de méfiance importante chez les Français, avec seulement un quart d'entre eux qui la considèrent comme « plutôt positive » contre 39% qui la jugent « plutôt négative ». Cette défiance vis-à-vis du Pouvoir est présente de la même manière au sein de toutes les générations.
- Ce qui est plus surprenant, c'est que les cadres et professions intermédiaires qui disposent de plus de responsabilités dans l'entreprise partagent ou alimentent cette méfiance vis-à-vis du Pouvoir.

## **Le Pouvoir, un exercice de domination et de rapport de force**

- Le Pouvoir est perçu avant tout comme un pouvoir d'injonction qui s'appuie sur la coercition, c'est-à-dire la « domination » du Pouvoir par l'exercice d'un « rapport de force ». Ce sont les deux termes qui



sont le plus fréquemment, et de loin, les plus associés au mot Pouvoir par les sondés.

- La capacité de faire - de prendre des responsabilités - est moins fréquemment mise en relation avec la notion de Pouvoir, avec seulement un tiers des personnes interrogées qui font le lien entre ces deux notions.
- A l'inverse, les individus qui ont la vision la plus positive du Pouvoir l'associent avant tout aux termes de « responsabilité », « réussite » et « compétence ».

### **Le pouvoir écrasant de l'argent**

- Dans le contexte de la mondialisation, les sondés considèrent aujourd'hui à une forte majorité que le Pouvoir est entre les mains des marchés financiers.
- Ils estiment que les institutions (l'Etat, les organisations internationales et l'Union européenne) ne sont plus les lieux d'exercice de la décision.
- Ils ont donc le sentiment que les citoyens ont été dépossédés de leur pouvoir. Seules aujourd'hui 17% des personnes interrogées estiment qu'il existe suffisamment de contre-pouvoirs, capables de résister au pouvoir de l'argent.
- Il n'est alors pas surprenant de constater que la plupart d'entre elles pensent que les citoyens, les ONG et les associations n'ont pas assez de pouvoir dans la vie publique.

### **Les médias, un pouvoir plus qu'un contre-pouvoir**

- 50% des Français considèrent que les médias sont avant tout des complices du pouvoir et seulement 10% un contre-pouvoir.
- Dans cette réponse, il faut sans doute y voir paradoxalement à la fois la perception d'un sentiment que les médias ont un pouvoir propre d'influence jugé trop important (y compris pour certains dans la critique du pouvoir des institutions en place), mais également à l'inverse une trop grande proximité avec le Pouvoir qu'il soit politique ou économique.

### **Un exercice du pouvoir perçu de manière moins négative dans les entreprises**

- Si les critiques du Pouvoir sont importantes dans la vie publique, en revanche elles sont moins forte concernant l'exercice du pouvoir dans les entreprises.
- Seuls 37% des actifs considèrent que le Pouvoir dans leur entreprise est exercé de manière autoritaire, contre 63% qui estiment que le personnel est écouté.



- Il reste que 43% - ce qui n'est pas rien - pensent que le mode d'exercice du pouvoir dans leur entreprise n'est pas satisfaisant. Ainsi, ils estiment que les salariés ne disposent pas suffisamment de pouvoir, y compris par l'intermédiaire de leurs représentants syndicaux.
- Il est intéressant enfin de constater qu'ils jugent que les dirigeants ont trop de pouvoir à 65%, alors qu'ils ne sont que 54% à penser la même chose pour les actionnaires : dans beaucoup d'entreprises, le pouvoir de l'actionnaire et celui du dirigeant étant confondus.



**Q1. Quand vous entendez le mot « Pouvoir », associez-vous ce terme à quelque chose de « plutôt positif » ou « plutôt négatif » ?**

	%
Plutôt positif	26
Plutôt négatif	39
Ni positif, ni négatif	35
<i>Total</i>	<i>100</i>

**Q2. Parmi les mots suivants, quels sont ceux que vous associez le plus au mot « Pouvoir » ?**

*Plusieurs réponses possibles*

	%
Domination	<b>48</b>
Rapport de force	36
Responsabilité	33
Abus	30
Ambition	26
Réussite	22
Compétence	18
Contrainte	13
Arbitraire	12
Accomplissement de soi	9

**Les mots associés au mot « Pouvoir » en fonction de la perception positive ou négative du « Pouvoir »**

	Parmi ceux qui jugent le mot "Pouvoir" comme quelque chose de ...		
	... plutôt positif	.. ni positif, ni négatif	... plutôt négatif
	(%)	(%)	(%)
Domination	33	<b>42</b>	<b>64</b>
Rapport de force	18	35	<b>47</b>
Responsabilité	<b>48</b>	<b>42</b>	14
Abus	7	25	<b>50</b>
Ambition	33	25	23
Réussite	<b>46</b>	19	10
Compétence	<b>38</b>	18	5
Contrainte	6	12	17
Arbitraire	4	11	18
Accomplissement de soi	21	6	3



**Q3. Avec la mondialisation, qui selon vous détient le vrai pouvoir aujourd'hui ?**

*Plusieurs réponses possibles*

	%
Les marchés financiers	<b>61</b>
L'Etat	32
Les organisations internationales, (FMI, Banque mondiale, ONU, ...)	31
Les entreprises	23
L'Union européenne	15
Les citoyens	2

**Q4. Dans la vie publique, trouvez-vous qu'il existe suffisamment de contre-pouvoirs ?**

	%
Oui	17
Non	<b>83</b>
Total	100

**Q5. Pour chacun d'entre eux, trouvez-vous qu'il dispose de « trop », « pas assez », ou « comme il faut » de pouvoir dans la vie publique ?**

	<i>Trop</i>	<i>Pas assez</i>	<i>Comme il faut</i>	<i>Total</i>
Les médias	<b>65</b>	17	19	100
Les syndicats	29	<b>45</b>	25	100
Internet	29	24	<b>47</b>	100
L'opposition politique	21	<b>45</b>	34	100
Les associations	7	<b>72</b>	21	100
Les ONG et associations de consommateurs	7	<b>74</b>	19	100
Les citoyens	2	<b>88</b>	11	100

**Q6. Pour vous, les médias sont-ils ...**

	%
Des complices du pouvoir	50
Des contre-pouvoirs	10
Ni l'un, ni l'autre	41
Total	100



**Q7. D'une manière générale, trouvez-vous pour chacun d'entre eux qu'ils disposent de « trop », « pas assez », ou « comme il faut » de pouvoir dans les entreprises ?**

	Trop	Pas assez	Comme il faut	Total
Les dirigeants	<b>68</b>	6	25	100
Les actionnaires	<b>63</b>	16	22	100
Les syndicats	25	<b>45</b>	30	100
Les clients	13	<b>61</b>	26	100
Les salariés	3	<b>84</b>	13	100

*Uniquement aux actifs*

**Q8. D'une manière générale, trouvez-vous pour chacun d'entre eux qu'ils disposent de « trop », « pas assez », ou « comme il faut » de pouvoir sur votre lieu de travail ?**

	Trop	Pas assez	Comme il faut	Total
Les dirigeants	<b>65</b>	7	28	100
Les actionnaires	<b>54</b>	13	33	100
Les syndicats	21	<b>47</b>	32	100
Les clients	19	40	<b>41</b>	100
Les salariés	3	<b>78</b>	19	100

*Uniquement aux actifs*

**Q9. Avoir davantage de pouvoir est-il un de vos objectifs professionnels ?**

	%
Oui	41
Non	59
<i>Total</i>	<i>100</i>

*Uniquement aux actifs*

**Q10a. Pour vous, le pouvoir sur votre lieu de travail s'exerce le plus souvent ...**

	%
De manière autoritaire sans discussion avec les salariés	37
En étant à l'écoute du personnel	<b>63</b>
<i>Total</i>	<i>100</i>

*Uniquement aux actifs*



**Q10b. Trouvez-vous ce mode d'exercice du pouvoir ...**

	<b>%</b>
Très satisfaisant	11
Plutôt satisfaisant	46
Plutôt pas satisfaisant	21
Pas du tout satisfaisant	22
<i>Total</i>	<i>100</i>

**Note technique :**

Sondage réalisé du 20 au 30 juin 2008 dans le cadre de l'Omnibus On-line EnovResearch, auprès d'un échantillon de 1 000 panélistes représentatifs de la population française, internautes âgés de 18 ans et plus, obtenu selon la méthode des quotas en termes de sexe, d'âge et de profession.



## Sondage réalisé par :

### **Ingrid BARTHOD – Directrice associée, EnovResearch**

Diplômée de l'EM Lyon, 10 années d'expérience dans le domaine des études marketing en institut ou chez l'annonceur ( Comptoirs Modernes Badin Defforey). Les problématiques traitées depuis 10 ans ont chacune un point commun : assurer la compréhension de la complexité de l'accès au consommateur. C'est dans ce cadre que, depuis 10 ans, elle accompagne fabricants et distributeurs en matière de décision stratégique et opérationnelle.

### **Thierry MORIZE – Directeur d'études, EnovResearch**

Statisticien, 20 années d'expérience dans le domaine des études marketing en Institut d'études (EnovResearch et Démoscopie). Directeur du département « Territoires et Opinion » et spécialiste de l'opinion publique, il a en charge la responsabilité de l'ensemble des études et enquêtes conduites pour le compte des collectivités locales et entreprises de services intervenant dans le domaine de l'environnement, de l'habitat et de la mobilité.

**EnovResearch est dédié aux études et à l'appui décisionnel en marketing. Il propose des solutions études totalement intégrées, ce qui garantit l'indépendance, la réactivité et la qualité des études. Les solutions études sont développées selon des méthodes fines et complètes qui se nourrissent d'expertises sectorielles fortes. EnovResearch se place parmi les 40 premiers instituts français avec une équipe d'une trentaine de collaborateurs permanents.**

Vous avez besoin d'informations complémentaires:

**[contact@enovresearch.com](mailto:contact@enovresearch.com)**

#### **Enov Research - Paris**

2 rue de l'Abreuvoir 92400 Courbevoie  
Tel : 01 47 17 65 53

#### **Enov Research - Lyon**

256 rue Francis de Pressensé 69100 Villeurbanne  
Tel : 04 37 43 30 00

#### **Enov Research - Marseille**

87 bd de la Méditerranée 13015 Marseille  
Tel : 04 96 15 74 40